

# EL NÚCLEO TURÍSTICO



# ¿QUÉ ES UN NÚCLEO TURÍSTICO?

Es el **ámbito geográfico** donde se producen la mayor parte de los consumos turísticos, donde **interacciona el turista** con los elementos de la oferta turística y donde se pueden apreciar todos los efectos producidos por el fenómeno turístico.

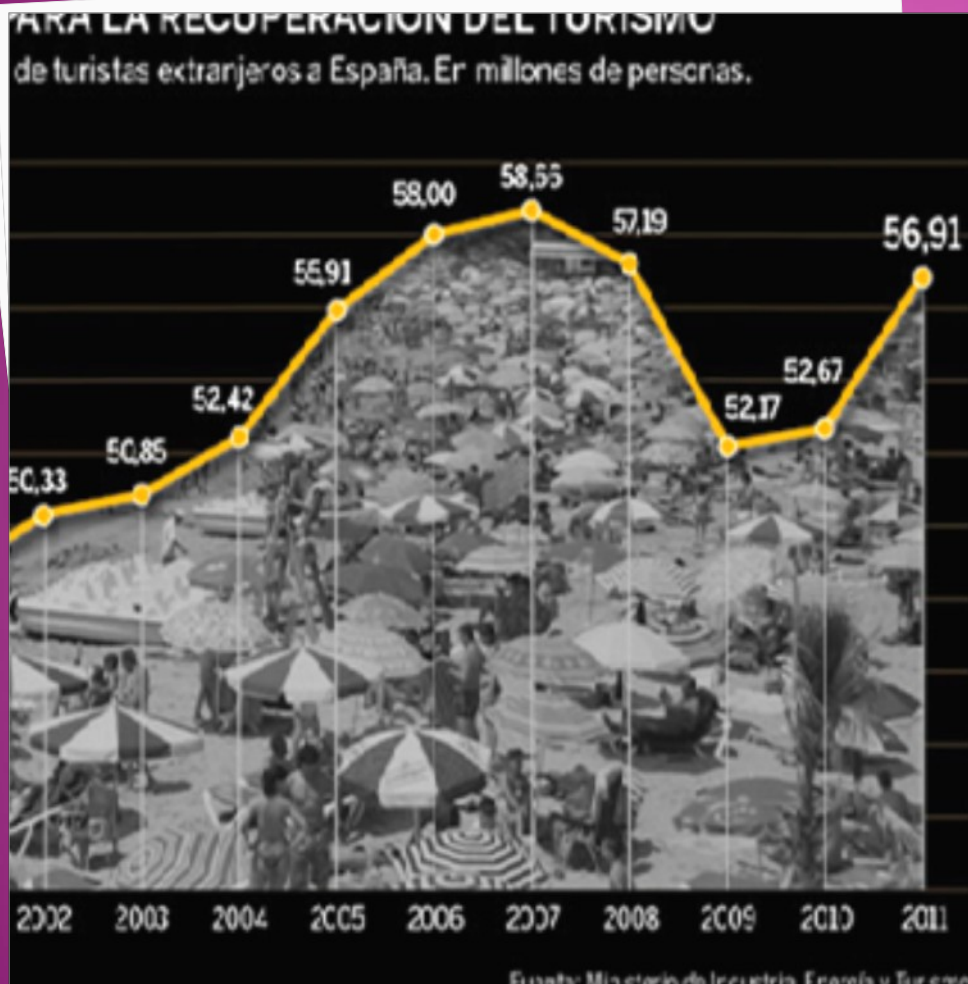
## NÚCLEO TURÍSTICO RECEPTOR

媿 Ámbito geográfico con capacidad para atraer una corriente turística importante y constante hacia su territorio

## NÚCLEO TURÍSTICO EMISOR

媿 Ámbito geográfico que por las especiales características de su población, emite turistas de forma regular hacia otras zonas receptoras.

# ¿ESPAÑA ES NÚCLEO TURÍSTICO EMISOR O RECEPTOR?



Durante el año 2009, España recibió **52,1** millones de turistas. En 2010, **52,7** millones.

La cifra de españoles que se desplazaron al extranjero por turismo en el 2009 fue de **12,8** millones; en 2010 fue de **13,5** millones.

Los siguientes países fueron los 10 principales destinos del turismo internacional entre 2007 y 2010:

Posición mundial	País	Continente	Llegadas de turistas internacionales en 2010 (en millones) <sup>[9]</sup>	Llegadas de turistas internacionales en 2009 <sup>[9]</sup> (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2008 <sup>[9]</sup> (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2007 <sup>[9]</sup> (en millones)
1	FRANCIA	Europa	76,8	76,8	79,2	80,9
2	EE.UU	América	59,7	55,2	57,9	56,0
3	CHINA	Asia	55,7	55,1	57,2	58,7
4	ESPAÑA	Europa	52,7	50,9	53,0	54,7
5	ITALIA	Europa	43,6	43,2	42,7	43,7
6	REINO UNIDO	Europa	28,1	28,2	30,1	30,9
7	TURQUÍA	Asia	27,0	25,5	25,0	22,2
8	ALEMANIA	Europa	26,9	24,2	24,9	24,4
9	MALASIA	Asia	24,6	23,6	22,1	21,0
10	MÉXICO	América	22,4	21,5	22,6	21,4

Entre 2010 y 2008 los siguientes 10 países recibieron los mayores ingresos provenientes del turismo internacional :

Ingresos generados por el turismo internacional por país receptor 2008-2010 <sup>[8]</sup> <sup>[9]</sup> <sup>[9]</sup>					
Posición mundial	País	Continente	Ingresos generados turismo intl. en 2010 (en miles de millones)	Ingresos generados turismo intl. en 2009 (en miles de millones)	Ingresos generados turismo intl. en 2008 (en miles de millones)
1	EE.UU	América	US\$103,5	US\$94,2	US\$110,0
2	ESPAÑA	Europa	US\$52,5	US\$53,2	US\$61,6
3	FRANCIA	Europa	US\$46,3	US\$49,4	US\$55,6
4	CHINA	Asia	US\$45,8	US\$39,7	US\$40,8
5	ITALIA	Europa	US\$38,8	US\$40,2	US\$45,7
6	ALEMANIA	Europa	US\$34,7	US\$34,6	US\$40,0
7	REINO UNIDO	Europa	US\$30,4	US\$30,1	US\$36,0
8	AUSTRALIA	Oceanía	US\$30,1	US\$25,4	US\$24,8
9	HONG KONG	Asia	US\$23,0	US\$16,4	US\$15,3
10	TURQUÍA	Asia	US\$20,8	US\$21,3	US\$22,0



## Los 50 mayores mercados emisores del mundo

País	Gasto*	Variación
Alemania	77,7	+0,7
EEUU	74,6	+1,9
China	54,9	+25,6
Reino Unido	48,6	-2,4
Francia	39,4	+7,6
Canadá	29,5	+10
Japón	27,9	+4
Italia	27,1	+2
Rusia	26,5	+26,8
Australia	22,5	+9
Arabia Saudí	21,1	+3,5
Holanda	19,6	-0,2
Bélgica	18,8	+10

# NÚCLEOS TURÍSTICOS RECEPTORES



# TIPOS DE NÚCLEOS TURÍSTICOS RECEPTORES

- 嬭 Por la **tipología turística**: por la actividad principal que se dé en el núcleo turístico.
  - ❑ De sol y playa
  - ❑ Culturales
  - ❑ Rurales
  - ❑ De turismo de salud
  - ❑ De turismo deportivo
  - ❑ Etc.
- 嬭 Por el **ámbito geográfico**: ciudad, comarca, región, comunidad autónoma, país...
- 嬭 **Consolidados o emergentes**: en función de la tradición turística y la dependencia de la economía del sector turístico.



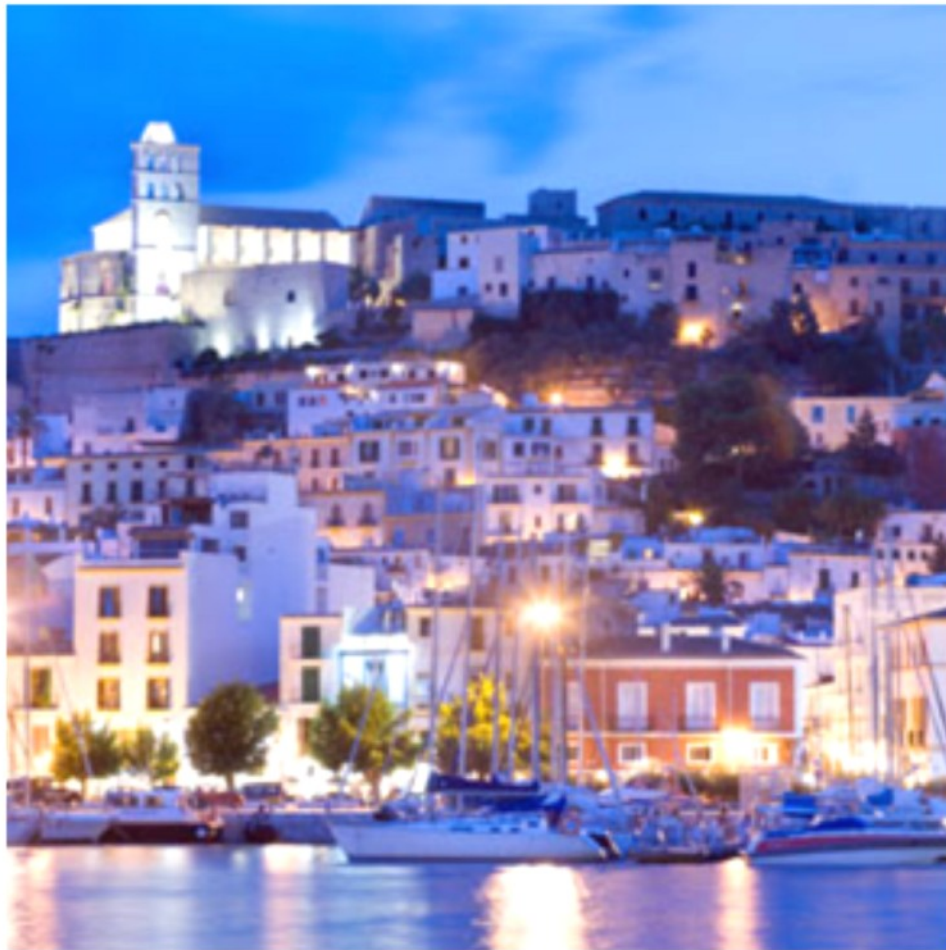
PRAGA

NÚCLEO TURÍSTICO  
CULTURAL



# VARADERO

NÚCLEO TURÍSTICO  
DE SOL Y PLAYA



# IBIZA

NÚCLEO TURÍSTICO  
DE SOL Y PLAYA,  
DE OCIO NOCTURNO...





# HAWAII

NÚCLEO TURÍSTICO  
DE SOL Y PLAYA,  
DEPORTIVO (SURF,  
IRONMAN)...



# PUEBLOS BLANCOS

NÚCLEO TURÍSTICO  
RURAL



# GELLERT BATHS AND SPA BUDAPEST

NÚCLEO TURÍSTICO  
DE TURISMO DE  
SALUD...





## EL COTILLO (FUERTEVENTURA) ¿NÚCLEO TURÍSTICO CONSOLIDADO O EMERGENTE?

Declarado cuarto destino  
turístico emergente de  
España en diciembre de  
2011  
(según TrypAdvisor ).

# ELEMENTOS DEL NÚCLEO TURÍSTICO

## 嬭 Recursos turísticos.

Elementos que forman parte del núcleo y son el elemento básico de atracción.

## 嬭 Empresas turísticas.

Personas físicas o jurídicas se dedican a prestar servicios turísticos que satisfacen las necesidades de los usuarios

## 嬭 Infraestructuras.

Elementos necesarios para desarrollar la actividad turística:

- De acceso: carreteras, aeropuertos, etc.
- De sanidad
- De señalización...

# ACTIVIDAD

婦 Actividad en el aula de internet:

- Imagina que eres un agente de viajes. Tienes un cliente que quiere viajar al extranjero y debes informarle sobre los recursos, infraestructuras y empresas turísticas de un núcleo turístico receptor. Añade un breve comentario personal: ¿por qué viajar a ese destino?. Debes convencer a tu cliente de que realice dicho viaje.

<http://www.maec.es/es/Home/Paginas/Portada.aspx>

Web del Ministerio de Asuntos Exteriores

# ANDALUCÍA: NÚCLEO TURÍSTICO RECEPTOR

嬭 El número de turistas que visitaron la comunidad andaluza en **2011** es de **21,8 millones**.

嬭 Los visitantes extranjeros proceden, principalmente, de la UE.

嬭 De los turistas extranjeros que visitan Andalucía, la mayoría proceden de **Reino Unido**, y después, a cierta distancia **Alemania, Italia y Francia**.

嬭 Andalucía representa aproximadamente el **20% de las plazas hoteleras** a nivel nacional.

# IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA ANDALUZA

El turismo es una **actividad fundamental** en la economía andaluza.

El sector turístico andaluz es uno de los sectores más potentes ya que genera unos ingresos que suponen una aportación de casi **el 12% al PIB** andaluz.

# Población ocupada de Andalucía por sectores económicos. Años 2003-2010

<b>Datos en miles</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>Crecimiento medio anual</b>
Agricultur y pesca	243,5	242,1	251,7	236,2	231,5	222,6	217,4	230,5	-0,8%
Industria	304,8	303,4	338,6	320,6	330,1	316,8	275,9	259,7	-2,3%
Construcc	373,5	415,8	441,5	481,1	499,4	424,4	284,9	246,7	-5,8%
<b>Industria Turística</b>	<b>259,5</b>	<b>277,5</b>	<b>317,6</b>	<b>340,7</b>	<b>359,5</b>	<b>368,9</b>	<b>341,1</b>	<b>335,4</b>	<b>3,7%</b>
Resto servicios	1.446,1	1.524,3	1.610,1	1.731,7	1.798,8	1.817,0	1.803,9	1.787,0	3,1%
Total ocupados	2.627,3	2.763,2	2.959,6	3.110,4	3.219,3	3.149,7	2.923,2	2.859,3	1,2%



# ALGUNAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ANDALUCÍA :

孋 FITUR Madrid

孋 WTM Londres

孋 Andalucía intensifica su promoción como destino turístico en Alemania con motivo de la Internationale Tourismus Börse (ITB Berlín)



嫵 El pasado mes de marzo se celebró en Sevilla la primera edición del curso **Chinese Friendly International**. El objetivo es situar a Sevilla como un referente turístico para el mercado emisor chino y preparar al destino para una correcta recepción.

嫵 A pesar de que en 2011 España recibió 130.000 turistas chinos, las **previsiones** internacionales y de la propia Turespaña apuntan a **crecimientos espectaculares**.



# LOS RECURSOS TURÍSTICOS

# RECURSO TURÍSTICO ES...

嬭 Los **recursos turísticos** son los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, etc. y representan el elemento básico de atracción, la **motivación principal del viaje**.

嬭 Según la Ley 12/1999, del Turismo en Andalucía:

“aquellos bienes materiales y manifestaciones diversas de la realidad física, geográfica, social o cultural de Andalucía susceptibles de generar corrientes turísticas con repercusiones en la situación económica de una colectividad.”

# CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO TURÍSTICO

嬭 **Poder de atracción.** Característica fundamental, ya que hace que el turista se desplace para disfrutarlo.

嬭 **Ubicación** en un destino turístico o núcleo turístico.

嬭 **Multiplicidad en la tipología del recurso turístico,** que puede tener un origen histórico, folclórico, paisajístico, gastronómico, etc.

<http://www.youtube.com/watch?v=P2N8d3rNQbs>  
Jornadas medievales Castillo de Cortegana.

<http://www.youtube.com/watch?v=z6xAoKsWlpg>  
Alfanevada



# TIPOS DE RECURSO TURÍSTICO

嬭 **Grupos** de recursos turísticos:

- Recursos naturales
  - Recursos históricos, artísticos y patrimoniales.
  - Folclore
  - Empresas, centros industriales, centros científicos y técnicos
  - Eventos
  - Recursos complementarios
- Cada grupo se divide en **tipos** (pag.198 y 199)



# ACUEDUCTO DE SEGOVIA

Grupo 2:  
Recursos históricos,  
artísticos y patrimoniales

Tipo 8: acueducto



# DISNEYLAND PARIS

Grupo 6:  
Recursos complementarios.

Tipo 2:  
Parques temáticos y de ocio.



# FESTIVAL DE CINE EUROPEO DE SEVILLA

Grupo 5: Eventos

Tipo 2:  
Artísticos: cine y teatro.



# PARQUE NACIONAL DE DOÑANA

Grupo 1:  
Recursos naturales

Tipo 17:  
Parques Nacionales





## RUTA DEL QUIJOTE

Grupo 2:  
Recursos históricos,  
artísticos y patrimoniales.

Tipo 20:  
Rutas turísticas culturales.



# LA TOMATINA DE BUÑOL

Grupo 3: Folclore  
Tipo 2 : Fiesta Popular

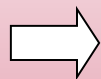
Grupo 5: Eventos  
Tipo 8: Fiestas populares



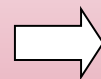
# INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

- Es un **listado de los recursos turísticos** de un núcleo, clasificados y evaluados en función de una metodología predeterminada..
- Nos permite evaluar **la calidad** de dichos recursos.
- El objetivo principal es conocer **el potencial turístico** de un núcleo turístico ya que muestra **la capacidad de atracción** que posee.
- Fundamental en la **información y planificación** turística
- Objetividad y rigor** en la evaluación.

CALIDAD  
de  
recursos  
turísticos



POTENCIA  
L del núcleo  
turístico



ATRACCIÓN  
que posee  
núcleo  
turístico



Originalidad y Singularidad

+

Estado de conservación



Posibilidad de DESARROLLO  
TURÍSTICO

CONSERVACIÓN DE  
LOS RECURSOS:  
TURISMO  
SOSTENIBLE



El inventario turístico  
debe responder, al  
menos, a las  
siguientes preguntas:

- ¿Cómo es el recurso?
- ¿Dónde está?
- ¿Cómo se llega a él?
- ¿Cómo se puede disfrutar de él?
- ¿Cuánto se puede disfrutar de él?

# FASES EN LA ELABORACIÓN DE UN INVENTARIO TURÍSTICO

1. Realización de un **listado de los recursos turísticos** del núcleo turístico.
2. Establecimiento de unos **criterios para evaluar** los recursos turísticos. Según Chias son:
  - Unicidad
  - Valor intrínseco
  - El carácter local
  - La notoriedad
  - La concentración de la oferta
1. Ponderación de la **importancia** de cada uno de los factores.

4. Elaboración y cumplimentación de una **ficha modelo** para recoger toda la información . Existen consejos de la OMT para ello. ( ver tabla 7.2 en la pag.202)
5. Selección de un **sistema para clasificar** los recursos. Por ejemplo, por grupos y tipos (tabla pag.198 y 199)
6. **Visita de los especialistas** en planificación de destinos turísticos.
7. Realización de una **media aritmética** a los valores otorgados.

# ACTIVIDAD

婦 Ver la ficha de recursos turísticos de la pag.203 y hacer una actividad igual con la Catedral de Sevilla.

<http://www.catedraldesevilla.es/>

8. **Valoración final** de cada uno de los recursos y determinación de la importancia en el conjunto del destino (relación con otros recursos, aprovechamiento común, etc.)
9. **Acotación de zonas** en el área de estudio en función del tipo de recurso predominante, utilizando un mapa con todos los recursos turísticos con un código numérico y colores.
10. Comentarios, sugerencias, propuestas y **conclusiones.**







嬭 Ver inventario turístico de recursos turísticos  
de las UTEDLTs